

## DAFTAR PUSTAKA

236643461. (n.d.).
- Analisis Bauran Promosi Pada Sate Bandeng Rizky Tahun 2023. (n.d.).
- Ardian, R., Sudrartono Pengaruh Bauran Pemasaran, T., Ardian, R., Sudrartono Politeknik Piksi Ganesha Bandung, T., & Kunci, K. (n.d.). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI CAT DULUX DI DEPO KERAMIK KATAPANG BANDUNG.
- Audinovic, V. (2021). Eksistensi Televisi Swasta di Era Konvergensi Media The Existence of Private Television in Convergence Media Era. In *Jurnal Spektrum Komunikasi* (Vol. 9, Issue 2).
- Aulia, R., & Putro, W. R. (n.d.). Sustainable Packaging Design (Studi Kasus Pengukuran Persepsi Desain Kemasan Produk Jamu Houseblend Suwe Ora Jamu).
- Chelintia, A., Sari<sup>1</sup>, M., Purbowati<sup>2</sup>, D., & Fadlillah<sup>3</sup>, F. F. (n.d.). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: PROMOSI IKLAN TV DAN MEDIA SOSIAL. 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Dapoer Yeny Tahun, B., & Veronica Siti Putri Budi Utami, st. (2023). Pengembangan Konten Media Sosial pada Instagram UMKM Baso Aci Raos (Vol. 9, Issue 2).
- Dewi, A. M., Prahara, G. A., & Aulia, R. (n.d.). PERANCANGAN STRATEGI RANDING DESTINASI WISATA LEMBANG PARK & ZOO BRANDING STRATEGY DESIGN OF TOURIST DESTINATION LEMBANG PARK & ZOO.
- Dianputri, P., & Rosmiati, A. (2020). STRATEGI KREATIF PERIKLANNAN “PINED WEARHOUSE PERIGEE” MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. 1(1).
- Djamaly, M. F., Astini, R., & Asih, D. (2024). THE INFLUENCE OF ACTIVITY, INTEREST, OPINION (AIO) AND PRICE PERCEPTION ON THE DECISION TO WATCH A FILM IN THE CINEMA. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)* (Vol. 7, Issue 2).
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA INDUSTRI RETAIL GIANT EKSPRES MAKASSAR (Vol. 6, Issue 1). <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/miraipg.120>
- Hidayat, M. K., Sauri, S., Henriyan, H., Gadri, A., & Mathla’ul Anwar Banten, U. (2023). ANALISIS GAYA BAHASA DAN MAKNA PADA IKLAN DI MEDIA DIGITAL SERTA PEMANFAATANNYA SEBAGAI BAHAN PEMBELAJARAN BAHASA INDONESIA DI MTs. 1(2), 10–20. <https://doi.org/10.9644/scp.v1i1.332>
- Isabel Clarissa, M., & Ellitan, L. (2023). Peran Brand Equity dan Kepuasan Pelanggan dalam Membangun Brand Loyalty. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 2(2).

- Jeremiah Setiawan, F., Hendra Yulianto, Y., & Dektisa Hagijanto, A. (n.d.). Analisis Proses Produksi Karya Fotografi dan Videografi “Cerita Nira: Asal Mula Gula Aren” Produksi Euforia Audiovisual.
- Junaedi Filosa Sukmono Adinda PS Kencana Sovia S Sari Haryadi AN Rasyid Erwan Sudiwijaya Zein M Muktaf, F. G. (n.d.). Penulis.
- Lesmini, L., Firdaus, M. I., & Rifni, M. (2024). ADMA: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat Sosialisasi Strategi Packaging dan Branding untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. 4(2), 375–386. <https://doi.org/10.20812/adma.v4i2.3353>
- Metode Penelitian Kualitatif. (n.d.).
- Pamela, A. W. (2021). Interpretasi Makna Menggunakan Teori Semiotika Pada Karya Desain Undangan Pernikahan Kelas Menengah untuk Pendidikan Seni dan Desain. Jurnal Penelitian Pendidikan, 21(3), 46–57. <https://doi.org/10.17509/jpp.v21i3.37462>
- Pandan Wangi, M., & Tri Laksono, Y. (2024). Pendampingan Pembuatan Logo dan Social Media Management Creativepedia Indonesia (Vol. 1, Issue 2). <https://ejournal.smart-scienti.com/index.php/Smart-Dedication>
- Pratama, R., Widjajanta, B., & Razati, G. (2017). Co-Branding Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image (Vol. 17, Issue 1).
- Program, A. S., Desain, S., & Visual, K. (n.d.). Pencapaian Sense of Design dalam Perancangan DKV. <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/andharupa>
- Rahayu, S. P., Aulia, R., Apsari, D., & Pamela, W. (2023). PERANCANGAN SOCIAL ADVERTISING AKAN KESADARAN KEKERASAN CHILD-GROOMING PADA REMAJA DI KOTA TANGERANG MELALUI FAKT SOCIAL ADVERTISING DESIGN OF CHILD-GROOMING AWARENESS FOR ADOLESCENTS WITH FAKT IN TANGERANG (Vol. 10, Issue 5).
- Riofita, H., Rifky, Mg., Raudatul Salamah, L., Asrita, R., Nurzanah, S., & Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, U. (2024). PERUBAHAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI TANTANGAN PASAR KONSUMEN DI ERA DIGITAL. Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 1(3), 21–26. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Rizqita Iffada, A., Mansoor, A. Z., & Safira Mustikadara, I. (2024). Pemetaan Model AISAS Dalam Kampanye Film Pengabdian 2: Communion. 11(2), 303–318. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i2.17507>
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). JURNAL STUDI INTERDISIPLINER PERSPEKTIF TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN.
- Studi, P., Wilayah, P., & Kota, D. (n.d.). Penilaian Potensi Wisata Alam Bumi Perkemahan Ipukan Kabupaten Kuningan ROBBI TRI NUGRAHA. In FTSP Series.
- Sunyoto, D., & Yanuar Saksono, C. (n.d.). PERILAKU KONSUMEN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA.

Syafrizal Widyatma, M., Wiba Pamela, A., & Aulia, R. (2023). PERANCANGAN STRATEGI PROMOSI DESA TENUN PRINGGASELA SEBAGAI DESTINASI WISATA BUDAYA UNGGULAN DI LOMBOK TIMUR (Vol. 10, Issue 6).

Wahidanti Zahrahast, C., Kartiwa, A., Ginanjar, Y., Ekonomi dan Bisnis, F., Manajemen, P., Situ No, J., & Situ Kec Sumedang Utara Sumedang, K. (2022). Analysis Of Marketing Communications in Building Brand Awareness at Distro Madman Wear Sumedang Universitas Sebelas April.